



Bahasa Simbolik Dalam Komunikasi Antar Budaya Ketika Makna Tak Selalu Sama

Indra Lesmana

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora,

Universitas Bina Darma

Indralesmana0001@gmail.com

Abstract. *Symbolic language is a fundamental aspect of intercultural communication, where symbols—both verbal and nonverbal—are used to convey meaning. However, cultural differences create variations in the interpretation of these symbols, so that what is considered positive in one culture may be negative or inappropriate in another. This article examines the meaning and components of symbolic language, such as words, gestures, colors, and other cultural expressions, and how these symbols are interpreted differently in high and low cultural contexts. It also discusses the challenges that arise from symbolic misinterpretation, stereotyping, and conflict in the context of business and diplomacy. It also emphasizes the importance of strategies such as cross-cultural education, self-reflection, the use of cultural mediators, and symbolic adaptation to overcome differences in meaning. In the global and digital era, new symbols such as emojis and visual branding also contribute to the dynamics of intercultural communication. Through case studies such as McDonald's in India and Japan-US diplomacy, this article highlights the importance of symbolic understanding to strengthen cross-cultural communication. The conclusion of this study confirms that cultural awareness, empathy, and openness are key to bridging divergent meanings in global interactions.*

Keywords: Symbolic, Culture, Global

Abstract. Bahasa simbolik merupakan aspek fundamental dalam komunikasi antar budaya, di mana simbol—baik verbal maupun non-verbal—digunakan untuk menyampaikan makna. Namun, perbedaan budaya menciptakan variasi interpretasi terhadap simbol-simbol tersebut, sehingga makna yang dianggap positif dalam satu budaya bisa menjadi negatif atau tidak pantas dalam budaya lain. Artikel ini mengkaji pengertian dan komponen bahasa simbolik, seperti kata, gestur, warna, dan ekspresi budaya lainnya, serta bagaimana simbol-simbol tersebut dipahami secara berbeda dalam budaya konteks tinggi dan rendah. Selain itu, artikel membahas tantangan yang muncul akibat salah tafsir simbolik, stereotip, dan konflik dalam konteks bisnis dan diplomasi. Ditekankan pula pentingnya strategi seperti pendidikan lintas budaya, refleksi diri, penggunaan mediator budaya, dan adaptasi simbolik untuk mengatasi perbedaan makna. Dalam era global dan digital, simbol-simbol baru seperti emoji serta visual branding juga turut menciptakan dinamika komunikasi antar budaya. Melalui studi kasus seperti McDonald's di India dan diplomasi Jepang-AS, artikel ini menyoroti pentingnya pemahaman simbolik demi memperkuat komunikasi lintas budaya. Simpulan dari kajian ini menegaskan bahwa kesadaran budaya, empati, dan keterbukaan menjadi kunci untuk menjembatani makna yang tidak selalu sama dalam interaksi global.

Kata Kunci: Simbolik, Budaya, Global

A. Pendahuluan

Komunikasi antar budaya merupakan proses pertukaran pesan antara individu atau kelompok yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Di dalam proses ini, bahasa simbolik memiliki peran penting. Bahasa simbolik mencakup segala bentuk komunikasi yang menggunakan simbol baik verbal maupun non-verbal untuk menyampaikan makna.

Masalah utama yang sering muncul adalah bahwa makna simbolik tidak selalu universal. Sebuah gestur, warna, atau kata bisa bermakna positif dalam satu budaya, tetapi justru negatif atau tidak sopan di budaya lain. Perbedaan persepsi ini dapat menyebabkan kesalahpahaman, konflik, atau bahkan kegagalan kerja sama lintas budaya.

Dengan meningkatnya interaksi global baik dalam bisnis, pendidikan, media sosial, maupun diplomasi memahami bagaimana simbol bekerja di berbagai budaya menjadi hal yang semakin penting.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi pustaka (library research). Fokus penelitian diarahkan pada eksplorasi dan analisis terhadap fenomena bahasa simbolik dalam konteks komunikasi antar budaya, khususnya terkait perbedaan makna simbol antar masyarakat dari latar budaya berbeda. Studi kasus nyata seperti adaptasi McDonald's di India dan praktik diplomasi antara Jepang dan Amerika Serikat.

Referensi visual dan simbolik kontemporer seperti emoji dan branding global. Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi tematik, di mana simbolsimbol dikategorikan (verbal, non-verbal, warna, digital), lalu dianalisis makna dan potensi perbedaan interpretasinya antar budaya.

C. Pembahasan

1. Pengertian Bahasa Simbolik

Bahasa simbolik adalah sistem komunikasi yang menggunakan simbol baik secara verbal maupun non-verbal untuk menyampaikan makna. Simbol bisa berupa kata, gambar, warna, gerakan, atau objek yang memiliki makna tertentu dalam sebuah budaya (Berger & Luckmann, 1966). Makna simbol tidak bersifat universal. Artinya, hubungan antara simbol dan maknanya tidak bersifat alami, melainkan ditentukan oleh kesepakatan sosial dan budaya.

Budaya menentukan bagaimana seseorang memahami dan menggunakan simbol. Misalnya, simbol bunga teratai bisa dianggap sebagai lambang kemurnian di budaya Asia, tetapi tidak memiliki makna spiritual dalam budaya Barat. Dalam komunikasi, simbol menjadi media penghubung antar individu. Namun, karena setiap budaya membentuk makna simboliknya sendiri, maka perbedaan interpretasi simbolik menjadi sumber potensial kesalahpahaman antar budaya.

2. Komponen dalam Bahasa Simbolik

Simbol verbal adalah bahasa lisan atau tulisan. Setiap kata dalam suatu bahasa adalah simbol. Namun, kata yang sama bisa memiliki makna berbeda di budaya yang berbeda.

Contoh: Kata “privacy” dalam budaya Barat sangat penting, tetapi konsep ini tidak terlalu ditekankan dalam budaya kolektivis seperti Jepang atau Indonesia.

Sedangkan Simbol non-verbal mencakup gestur, ekspresi wajah, postur tubuh, nada suara, kontak mata, dan bahkan keheningan.

Contoh: Kontak mata dalam budaya Barat dianggap sebagai bentuk kepercayaan, sedangkan dalam budaya Asia Timur bisa dianggap sebagai sikap tidak sopan terhadap orang yang lebih tua.

Warna sering kali membawa makna simbolik yang kuat dalam budaya tertentu, Contoh: Warna putih dalam budaya Barat melambangkan kemurnian, sedangkan dalam budaya Tiongkok dan India, putih melambangkan duka dan kematian.

3. Perbedaan interpretasi simbol antar budaya

Seringkali dipengaruhi oleh perbedaan dalam cara komunikasi dan makna simbolik yang dimiliki masing-masing budaya. Edward T. Hall membedakan budaya menjadi dua jenis, yaitu budaya konteks tinggi dan budaya konteks rendah. Dalam budaya konteks tinggi (high-context), makna komunikasi sangat bergantung pada konteks sosial dan isyarat non-verbal. Contohnya adalah budaya Jepang, Tiongkok, dan Arab, di mana banyak makna tersirat dalam situasi, ekspresi wajah, atau nada suara. Sebaliknya, dalam budaya konteks rendah (low-context), komunikasi cenderung lebih langsung, jelas, dan eksplisit. Budaya seperti Amerika Serikat, Jerman, dan negara-negara

Skandinavia termasuk dalam kategori ini, di mana pesan disampaikan secara lugas tanpa banyak bergantung pada konteks situasi.

Sebagai contoh, dalam budaya Jepang yang berorientasi pada konteks tinggi, kata

“mungkin” sering kali secara halus berarti “tidak”, karena penolakan secara langsung dianggap kurang sopan. Sedangkan dalam budaya Amerika Serikat yang berorientasi pada konteks rendah, kata “mungkin” lebih sering diartikan secara harfiah sebagai kemungkinan 50:50.

Selain itu, simbol-simbol juga memiliki peran penting dalam ritual dan tradisi di berbagai budaya. Setiap budaya memiliki makna simboliknya masing-masing yang terkandung dalam ritual keagamaan maupun tradisional. Misalnya, di Hawaii, kalung bunga merupakan simbol penyambutan dan penghormatan kepada tamu. Sementara itu, di India, kalung bunga lebih banyak digunakan dalam konteks ritual keagamaan sebagai lambang penghormatan terhadap dewa-dewi maupun dalam upacara keagamaan lainnya.

4. Tantangan dalam komunikasi simbolik

Antar budaya muncul karena perbedaan cara memahami dan menafsirkan simbolsimbol yang digunakan dalam interaksi. Salah satu tantangan utamanya adalah salah tafsir terhadap simbol. Simbol yang tampak “umum” bagi satu budaya bisa saja memiliki makna berbeda di budaya lain. Misalnya, tanda jempol yang di Indonesia diartikan sebagai tanda bagus atau persetujuan, di beberapa negara Timur Tengah justru dianggap sebagai isyarat yang tidak sopan dan menghina.

Selain itu, ketidaktahuan terhadap makna simbol dalam budaya lain juga dapat menimbulkan stereotip budaya.

Ketidakpahaman ini kerap memicu prasangka yang tidak sesuai dengan kenyataan. Contohnya, ekspresi wajah datar yang sering ditunjukkan oleh orang Jepang kerap disalahartikan oleh orang Barat sebagai sikap dingin atau tidak ramah. Padahal, dalam budaya Jepang, ekspresi tersebut merupakan bentuk pengendalian emosi dan netralitas dalam berinteraksi.

Tantangan berikutnya muncul dalam konteks komunikasi bisnis internasional.

Perbedaan makna simbolik dapat menghambat proses negosiasi antar negara. Misalnya, ketika perusahaan dari Amerika Serikat menyapa mitra bisnis dari Arab Saudi dengan jabat tangan yang kuat dan langsung masuk ke inti pembicaraan, hal tersebut bisa dianggap tidak sopan. Dalam budaya Arab, sapaan sosial, percakapan ringan, dan membangun hubungan personal merupakan bagian penting yang harus didahului sebelum memasuki pembicaraan bisnis yang serius.

5. Strategi Mengatasi Perbedaan Simbolik

Strategi mengatasi perbedaan simbolik meliputi beberapa langkah. Pendidikan antarbudaya membantu memahami simbol, nilai, dan norma komunikasi lintas budaya. Kesadaran diri penting

agar kita memahami bagaimana perilaku kita ditafsirkan oleh budaya lain. Penggunaan mediator budaya, seperti penerjemah atau fasilitator, dapat menjembatani perbedaan persepsi simbolik. Selain itu, fleksibilitas dan adaptasi diperlukan agar individu dan organisasi mampu menyesuaikan pendekatan komunikasi sesuai budaya setempat.

6. Bahasa Simbolik dalam Era Global dan Digital

Bahasa simbolik dalam era global dan digital semakin berkembang. Emoji menjadi bentuk baru bahasa simbolik, namun tetap memiliki perbedaan interpretasi. Misalnya, emoji di India bermakna salam hormat, sementara di Barat sering dianggap sebagai “high five”. Dalam dunia bisnis, branding dan simbol global juga harus memperhatikan konteks budaya. Contohnya, logo Chevrolet Nova awalnya gagal di Amerika Latin karena “no va” dalam bahasa Spanyol berarti “tidak jalan”.

7. Studi kasus

Menunjukkan pentingnya memahami simbol budaya. McDonald's di India mengganti menu daging sapi dengan ayam dan vegetarian karena sapi dianggap suci oleh umat Hindu. Mereka juga menyesuaikan simbol visual dan warna agar lebih sesuai dengan budaya setempat. Dalam diplomasi Jepang-AS, pejabat AS sering frustrasi karena pejabat Jepang jarang menyatakan penolakan secara langsung. Dalam budaya Jepang, diam atau ketidakjelasan merupakan cara sopan untuk menolak tanpa menyinggung lawan bicara.

D. Kesimpulan

Bahasa simbolik memainkan peran vital dalam komunikasi antar budaya. Ketika individu atau organisasi berinteraksi lintas budaya, mereka harus menyadari bahwa makna simbolik tidak selalu sama. Pemahaman terhadap simbol budaya membantu mengurangi konflik, memperkuat hubungan, dan meningkatkan efektivitas komunikasi. Pendidikan antarbudaya, empati, dan keterbukaan adalah kunci untuk menjembatani perbedaan simbolik ini.

Daftar Pustaka

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. Anchor Books.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. Anchor Books.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Sage.
- Ting-Toomey, S. (1999). *Communicating Across Cultures*. Guilford Press.

Bahasa Simbolik Dalam Komunikasi Antar Budaya Ketika Makna Tak Selalu Sama

- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2012). *Communication Between Cultures*. Wadsworth.
- Matsumoto, D., & Juang, L. (2016). *Culture and Psychology*. Cengage Learning.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). Gudykunst, W. B. (2003). *Cross-Cultural Reading Images: The Grammar of and Intercultural Communication. Visual Design*. Routledge. Sage.